

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan mengetahui dan menganalisis strategi pemasaran Usaha Hijab Mpi Collection dalam meningkatkan penjualan dan strategi pemasaran Usaha Hijab Mpi Collection secara islam dalam meningkatkan penjualan serta melihat kelebihan dan kekurangan dari penerapan strategi Pemasaran Usaha Hijab Mpi Collection. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Sumber data yang digunakan adalah sumber data primer dan sekunder. Sedangkan teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Usaha Hijab Mpi Collection menggunakan strategi bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, promosi, tempat dan menerapkan cara berdagang Rasulullah yang sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip Al-quran dan hadist Mpi Collection juga menerapkan karakteristik pemasaran islam yaitu *Rabbaniyah, Akhlaqia, Al-Waqiyah, Insaniyah*.

**Kata Kunci :** *Strategi Pemasaran, Peningkatan Penjualan, Mpi Collection*

## ABSTRAK

*This study aims to identify and analyze the marketing strategy of the Hijab Mpi Collection Business in increasing sales and the Islamic marketing strategy of the Hijab Mpi Collection Business in increasing sales and to see the advantages and disadvantages of implementing the Hijab Mpi Collection Business Marketing strategy. This study uses a qualitative approach. The data sources used are primary and secondary data sources. While the data collection techniques used in this study are using observation, interviews, and documentation.*

*The results of the study show that the Mpi Collection Hijab Business uses a marketing mix strategy consisting of product, price, promotion, place and implements the Prophet's way of trading in accordance with the contract and principles of the Koran and hadith Mpi Collection also applies Islamic marketing characteristics, namely Rabbaniyah, Akhlaqia, Al-Waqiyah, Insaniyah. The advantages of implementing the Hijab Mpi Collection Business marketing strategy are that it already has its own brand and logo, can sell at affordable prices and good quality, as well as easy-to-reach locations. The drawbacks are not adding employees and not doing promotions and not producing their own products.*

**Keywords:** *Strategic Marketing, Increase in Sales, Mpi Collection*